

# Estils

NEREIDA CARRILLO  
BARCELONA

**F**a temps que no veieu al mur de Facebook aquella amiga que explicava amb precisió quirúrgica els seus viatges? ¿No sabeu res d'aquell company d'estudis de Múrcia que us mantenia al dia de les seves peripècies laborals al'eina creada per Zuckerberg? Una possibilitat és que l'algoritme de la xarxa us els amagui, però l'opció més probable és que no els vegeu perquè ja no estan escrivint o, almenys, no tant com abans. Xarxes socials com Facebook i Twitter estan començant a cansar i avorir els usuaris, que ara reparteixen el seu temps entre eines que els sedueixen més.

Tot i això, les dades no mostren un panorama dramàtic. Facebook tenia 1.790 milions d'usuaris actius el setembre del 2016, segons la mateixa companyia, una xifra que va a l'alça i contrasta amb els 313 milions d'internautes actius de la xarxa de l'ocellet, que continua perdent pistonada. Però si bé són molts els que continuen mantenint compte a les xarxes socials veteranes –Facebook farà 13 anys al febrer i Twitter en va fer 10 el març–, hi ha estudis que indiquen que cada vegada hi passen menys temps i només hi són per mirar el que fan altres. Molts usuaris de les xarxes són una majoria silenciosa.

Els experts assenyalen alguns símptomes i causes d'aquest afartament, com ara la pressió de publicar per mantenir la comunitat, el cansament que provoca conèixer les vides pseudomeravelloses dels altres o el fet de rebre menys comentaris. “La gent cada vegada està més cansada d'entrar a nous llocs. T'has de crear la teva comunitat i això costa temps i diners. Has de començar a pensar continguts que siguin interessants perquè a la gent li agradin, perquè decideixin seguir-te, per no perdre'ls... Una feinada”, explica Francesc Grau, consultor de comunicació online. Sílvia Llombart, professora de periodisme digital a la UPF, coincideix amb la diagnosi: “Cada cop fa més mandra”. Llombart afegeix que els usuaris renuncien cada vegada més a crear contingut original i es limiten sovint a “repostejar o retuitar”.

## Avorrits i pressionats

Facebook i Twitter estan despertant una relació d'amor-odi entre els usuaris. D'una banda, els internautes no esborren els seus comptes perquè allà hi ha la seva vida passada i gent de qui no tenen el telèfon. De l'altra, cada cop que entren s'avorreixen més, cansats de fotos bucòliques, i els pot la pressió d'haver de publicar periòdicament. “S'ha abusat molt d'explicar [a les xarxes] una vida meravellosa. Tant de fum ja no ens el creiem. Qui realment té una vida meravellosa no ho està explicant a les xarxes”, assegura Llombart. El VIII Observatori de les Xarxes Socials, elaborat per Arena Media i The Cocktail Analysis

# Ens hem cansat de Twitter i Facebook?

La majoria d'usuaris d'aquestes dues xarxes socials publiquen menys i fugen a entorns nous



RUTH MARIGOT

i presentat fa només uns dies, assenyalen en aquest sentit que “la bombolla del postureig comença a desinflar-se” i que els usuaris valoren els contactes que es mostren de manera més autèntica i natural.

Oscar Coromina, professor del departament de comunicació audiovisual i publicitat de la UAB, assenyalava també aquest tedi: “Hi ha usuaris de Facebook que s'han cansat dels missatges més banals”. El professor de la UAB afegeix que la xarxa de Zuckerberg s'ha convertit “en una commodity, una cosa que fem servir tots per entrar en contacte amb algú”, cosa que també assenyalava l'estudi de The Cocktail Analysis i Arena Media, que atribueix a Facebook un paper més generalista.

L'*Estudio anual de redes sociales del 2016*, elaborat per l'IAB, que agrupa els anunciants a Espanya, apunta que el temps dedicat a Facebook pels internautes enquestats ha

**A la baixa**  
Els usuaris es passen 27 minuts menys a Facebook que fa dos anys

**A l'alça**  
WhatsApp i Instagram són els nous escenaris de les interaccions

baixat de 4 hores i 50 minuts a la setmana el 2014 a 4 hores i 23 minuts el 2016. A la xarxa de l'ocellet, si el 2014 els usuaris hi dedicaven 3 hores i 25 minuts, dos anys després aquesta xifra s'ha enfonsat fins a les 2 hores i 32 minuts. Baixa el temps dedicat i també la publicació de continguts. Si el 2015 un 39% dels enquestats confessaven que utilitzaven les xarxes socials per publicar-hi continguts, en la investigació del 2016 la xifra baixa al 36%. L'activitat que més s'hi fa és xatejar –un 79% dels usuaris utilitza les xarxes amb aquesta finalitat–, seguida de veure vídeos, escoltar música i tafanejar què fan els altres.

El VIII Observatori de Xarxes Socials també aporta dades interessants en aquesta línia: baixa, entre els enquestats, el percentatge de gent que té comptes actius a Facebook i Twitter, tot i que la primera continua sent la xarxa majoritària. L'anàlisi

assenyala que un 34% dels enquestats asseguren que tenen perfil obert a Facebook perquè els seus contactes continuen fent servir la xarxa.

## Instagram i WhatsApp, refugis

La missatgeria instantània i l'emergent Instagram –que ja té 500 milions d'usuaris actius al mes i és la xarxa social que creix més– estan recollint bona part de les converses i l'activitat que s'estan desdibuixant a Facebook i Twitter. Les eines més veteranes ja ensumaven aquest canvi de rumb: Facebook va comprar Instagram el 2012 i WhatsApp dos anys més tard; a més, les dues xarxes van fer millores en les seves eines per enviar missatges i xatejar. “El que abans es compartia al mur de Facebook, ara es fa en petit comitè”, assenyalava Coromina.

“Als xats la gent parla de tot el que ja no es parla a les xarxes socials –assegura Grau–. Ho fa en un entorn amb una audiència més controlada i una freqüència lliure”. Les eines de missatgeria han recollit bona part de les converses pretèrites a la xarxa de Zuckerberg, però el transvasament també ha anat a parar a Instagram, on es reben més comentaris, segons els experts. “Vas allà on saps que t'estan mirant i et diran coses”, explica Llombart. “Per explicar la vida quotidiana, Instagram ha agafat un paper important: la gent penja les coses que menja, fotos dels seus animals de companyia... Coses que abans també veïem a Facebook”.

Grau assenyalava una possible causa del transvasament de les converses des de Facebook i Twitter a WhatsApp i altres eines similars: “En algunes aplicacions de missatgeria, com per exemple WhatsApp, la teva comunitat s'autogenera. No tens la pressió d'haver-te de guanyar l'audiència”. Al marge de la pressió per publicar i per generar i mimar una comunitat, Coromina apunta una altra raó que podria explicar l'afartament de Facebook: assenyalava que l'algoritme que ens mostra sobretot l'activitat dels amics amb qui l'usuari té més interaccions provoca que el mur esdevingui poc variat i, fins i tot, avorrit. “Es el pitjor que li pot passar a una eina”, conclou.

Llombart introdueix un matís: assegura que mentre que entre els usuaris que utilitzen Facebook i Twitter de manera professional l'ús no decau tant, sí que observa més ensopeiment entre els que en fan un ús personal. “En l'àmbit personal, és una despesa de temps; en el professional, és una inversió”, explica la docent de la UPF. Malgrat el descens, són pocs els que opten per una solució dràstica i esborren els perfils. Continuen entrant a mirar, a fer d'aquestes eines un receptor de continguts, a compartir quasi per compromís alguna cosa que s'hagin trobat accidentalment. “Les xarxes encara són vistes com un lloc d'oci”, recalca Gra. Els usuaris no han tallat els lligams amb Facebook i Twitter, però la majoria s'enxarren cada cop més en silenci. ■